

## La iconicidad como factor estilístico en la traducción

*Iconicity as a stylistic pattern in translation*

**Iryna Orlova**

Universidad Nacional Taras Shevchenko de Kiev  
Rusia

ONOMÁZEIN 32 (diciembre de 2015): 171-183  
DOI: 10.7764/onomazein.32.9



**Iryna Orlova:** Departamento de Teoría y Práctica de Traducción de Lenguas Romances, Instituto de Filología,  
Universidad Nacional Taras Shevchenko de Kiev, Rusia. | Correo electrónico: isorlova@yandex.ru

Fecha de recepción: agosto de 2014  
Fecha de aceptación: marzo de 2015

## Resumen

El artículo propone un estudio teórico de la iconicidad en la traducción a partir de las teorías semióticas y cognitivas, cuyo objetivo es demostrar el valor de este factor en la formación del sentido del texto y del estilo del autor. Por ser condicionada por los factores lingüísticos, discursivos y culturales, la iconicidad constituye un problema en la traducción. Su re-

producción en el texto traducido requiere atención al detalle y creatividad por parte del traductor. A partir de los cuentos de Borges y sus traducciones al inglés y al alemán, se analizan las estrategias a las que recurren los traductores a la hora de encontrarse con la iconicidad en un texto literario.

**Palabras clave:** lingüística cognitiva; iconicidad; icono de la imagen; icono diagramático; traducción.

## Abstract

The article gives theoretical and descriptive insight into the issue of the concept of iconicity in translation from the perspective of semiotic and cognitive theories. The main object of this review is to claim the iconicity as a constitutive part of text's significance and author's style. Conditioned by linguistic, discursive and cultural

factors, iconicity becomes an important issue in translation studies. It requires translator's attentiveness for detail and creativity in order to render it in the translated text. Translational strategies are studied on the basis of Borges' short-stories and their English and German translations.

**Keywords:** cognitive linguistics; iconicity; imagic icons; diagrammatic icons; translation.

## 1. Introducción

La iconicidad, como un elemento estilístico y un mecanismo cognitivo, ha recibido poca atención en los estudios traductológicos. La dominante tendencia de asumir la arbitrariedad de los signos lingüísticos ha impedido el desarrollo de este tipo de estudios tanto en la lingüística como en la traducción. El enfoque cognitivo en los estudios filológicos del siglo XX marca un cambio en el tratamiento de este problema. En adelante analizaremos las teorías de la iconicidad existentes y discutiremos su importancia para la traducción a partir del análisis de los textos originales y las traducciones inglesas de los cuentos de Borges “Del rigor de la ciencia”, “La casa de Asterión” y “La Biblioteca de Babel”.

## 2. El concepto de la iconicidad en la lingüística moderna

El concepto de la iconicidad, aunque se remonta al trabajo del semiólogo C. S. Peirce (1974) publicado en la primera mitad del siglo pasado, ha recibido atención sólo en los últimos años, principalmente en los estudios lingüísticos de orientación funcionalista. En la lingüística, en especial en el enfoque cognitivo, se llama iconicidad a la relación no arbitraria entre una propiedad o distinción de orden conceptual y los medios lingüísticos que se asocian a su representación (Alcaraz Varó, 1997: 291). En pocas palabras, la iconicidad afirma la idea de que la forma o estructura lingüística viene motivada o de algún modo refleja el significado que codifica; la iconicidad supone así un rechazo al famoso principio de la arbitrariedad del signo de Saussure.

Pierce propone la división fundamental de los signos en *iconos*, *índices* y *símbolos*. En el *Diccionario de Lingüística y ciencias afines* (Fernández López, 2014) estos términos se definen de la siguiente manera: los *iconos* son signos caracterizados por mantener con sus significados una relación de semejanza. Dicho en otras palabras, la relación entre el icono y lo repre-

sentado no es convencional, sino preexistente. Los *índices* son una variedad del signo que se caracteriza por establecer una relación de causa entre dos fenómenos, al margen de que haya o no un observador; p. ej., el agujero causado por una bala es indicio del disparo. Los *símbolos* son signos arbitrarios. Esto supone que se definen precisamente por el carácter convencional de la relación entre la expresión y el contenido, entre el significante y el significado.

En el ámbito de la Traductología, los investigadores, que analizan la traducción vista desde el punto de vista de la teoría semiótica de Pierce, señalan la triple naturaleza sémica de la traducción: tiene el carácter del índice porque es “parasitic with respect to the original text, to which it owes something (which it ‘must render’ as is commonly said)” (Petrilli, 2003: 24). Es también simbólica porque opera con los signos que tienen el carácter convencional. Pero sobre todo la traducción es icónica. Si el icono, según Pierce, es el signo menos arbitrario e independiente de la relación convencional, entonces la relación entre el texto traducido y el texto original son esencialmente icónicos: la traducción tiene que parecer el original. Pierce además añade en cuanto al icono que la similitud no es un obstáculo para la invención, la creatividad y la autonomía, al contrario son las condiciones indispensables para su existencia (Petrilli, 2003: 25).

Pierce distingue tres tipos de iconos: la *imagen*, el diagrama y la metáfora. La imagen se refiere a la formación del concepto en la mente a través de la imaginación y, por consiguiente, a los conceptos mentales que surgen del estímulo externo, como las sensaciones, o del estímulo interno, como las emociones o la memoria. El *diagrama* refleja la estructura de la imagen y sirve para simbolizar los procesos mentales de la creación de los conceptos en la mente. Esta estructura incluye los rasgos morfológicos, fonológicos y sintácticos de la lengua. En el nivel del discurso, la estructura también incluye tales figuras como la repetición, la aliteración, la rima,

el metro. Cuando el diagrama domina la imagen, la iconicidad obtiene un carácter más abstracto. En palabras de Peirce: “hay muchos diagramas que no se parecen, en su aspecto visible, a sus respectivos objetos; el parecido se produce únicamente entre las relaciones de sus partes entre sí” (1974: 46). Las metáforas coinciden por semejanza de referentes o contenidos entre una expresión del objeto y una del icono. El referente del icono metafórico es externo. En palabras de Visokolskis (2006), “lo que la metáfora evoca es esa capacidad representativa del *representamen* más que la semejanza, que puede permanecer oculta pero que debe existir”. Este último modelo de la iconicidad se desarrolla en los trabajos de Eco (1986).

Para Eco (1986) el signo icónico no mantiene ninguna vinculación natural con el objeto y sólo es posible pensar en una correlación de carácter convencional. La semejanza no se da por sus propiedades físicas, sino por la activación de una estructura perceptiva en el observador. Eco (1986) mantiene que “los signos icónicos no poseen las propiedades del objeto representado sino que reproducen algunas condiciones de la percepción común” (1986: 172). La comunicación visual consiste, semióticamente hablando, en una representación icónica esquemática de algunas propiedades de otra representación icónica esquemática, y no en representaciones analógicas de una realidad que es innatamente semejante a dicha representación. Eco (1986) afirma:

El signo icónico construye un modelo de relaciones (entre los fenómenos gráficos) homólogo al modelo de relaciones perceptivas que construimos al conocer y recordar el objeto. Si el signo icónico tiene propiedades en común con algo, no es con el objeto sino con el modelo perceptivo del objeto; puede construirse y ser reconocido por medio de las mismas operaciones mentales que realizamos para construir el objeto de la percepción, con independencia de la materia en la que se realizan estas relaciones (1986: 181).

La lingüística cognitiva afirma que existe una relación analógica entre nuestra percep-

ción del mundo (tanto interior como exterior) y la formalización de las reglas del lenguaje, o sea, la gramática. Croft (2003) afirma: “The intuition behind iconicity is that the structure of language reflects in some way the structure of experience, that is to say, the structure of the world including the perspective imposed on the world by the speaker. The structure of language is therefore motivated or explained by the structure of experience to the extent that the two match” (102). La poética cognitiva (Fischer y Nänny, 1999) distingue dos tipos de la iconicidad ya planteados por Peirce (1974): *de la imagen* y *diagramática*. La iconicidad de la imagen supone una relación directa entre el significante y el significado, como, por ejemplo, en el caso de las onomatopeyas. Cabe también aclarar que esta relación icónica puede presentar cierta dificultad para los hablantes de otras lenguas, lo que vuelve a enfatizar el convencionalismo cultural en este tipo de signos. La iconicidad diagramática desempeña un papel fundamental en el lenguaje; está presente tanto en el nivel estructural como en el semántico. En este tipo de la iconicidad existe una relación más abstracta y convencional entre el significante y los elementos que componen el significado. Para Freeman (2009: 172), “diagram refers to the abstraction of the structure of the image, serving to symbolize the mental processes of creating concepts in the mind. This structure includes the morphological, phonological, and syntactical forms of language”. A nivel del discurso, por ejemplo, Freeman señala que ciertos patrones del lenguaje tales como la repetición, la aliteración, el ritmo y el metro juegan un papel relevante en la creación de este tipo de iconicidad.

### 3. La iconicidad en el texto poético y el estilo del autor

Es necesario señalar, no obstante, que Fischer y Nänny (1999) subrayan una diferencia fundamental entre la manifestación de la iconicidad en la literatura, es decir, en el ámbito de la expresión, en comparación con la lengua, el ámbito

del sistema semiótico. La obra literaria, como fenómeno de creación artística consciente, manifiesta aspectos icónicos de un modo evidente, puesto que los autores utilizan este recurso de forma intencionada a fin de producir diferentes efectos expresivos o estilísticos. Esta opinión la apoyan Freeman (2009) y Leech y Short (1981 [2007]):

Literature differs from the other arts because its means of expression is language, itself a symbolic form. Thus the semblance of felt life in literature, appearing through the medium of language, may incorporate any of the five senses, but less directly than those of its sister arts (Freeman, 2009: 171).

But if there is one quality which particularly characterises the rhetoric of text in literature, it is that literature follows the principle of imitation: in other words, literary expression tends to have not only a presentational function (directed towards the reader's role as decoder) but a representational function (miming the meaning that it expresses) (Leech y Short, 1981 [2007]: 188).

El potencial icónico de la lengua se actualiza en la obra literaria a través de las categorías textuales, lo que da lugar a una nueva dimensión del mundo real en la ficción. Como lectores no sólo recibimos información sobre el mundo real, sino que penetramos en él de manera icónica a través de la experiencia lectora cognitiva y emocional, como pasa, por ejemplo, en una actuación dramática (Leech y Short, 1981 [2007]: 190).

Boase-Beier (2006), con referencia a Fónagy, explica el estatus especial de la iconicidad en la literatura, en especial en la poesía, por la necesidad de encontrar unos recursos adicionales para transferir el contenido mental de alta complejidad (2006: 105). Así, según Jakobson, en la poesía futurista de Blok o Mayakovsky la iconicidad se convierte en el factor dominante del estilo (Jakobson, 1987: 300). En este caso, Boase-Beier (2006) y Tabakowska (2003) afirman que el traductor deberá recurrir a la estrategia de explicitación y ampliación de la expresión verbal.

La iconicidad, como una elección artística y subjetiva de los signos para representar la realidad, constituye un componente del estilo del autor cuando es usado intencionadamente por el autor para provocar ciertos efectos poéticos. Tabakowska observa que la universalidad y la especificidad de los signos lingüísticos tienen una relación directa con las convenciones lingüísticas y la creatividad en el uso de la lengua: “novel signs appear as more or less creative applications of well-entrenched conventional principles” (2003: 363). El uso convencional de la iconicidad de la lengua pasa desapercibida por el lector, mientras que el uso creativo ejerce el efecto poético. Por ejemplo, Eco analiza la iconicidad del tiempo en la obra literaria y llega a la conclusión de que Flaubert a través de los medios sintácticos hace al lector “cambiar de marcha”. Eco (1996) señala que el tiempo del discurso es una estrategia textual en interacción con la respuesta del lector al que impone un tiempo de lectura.

Una nueva actitud ante el potencial icónico la observamos en la literatura del siglo XX. El realismo mágico propone un nuevo código literario, en el que, según Hernández Carmona, se da “la posibilidad de asociar una palabra con imágenes que legitiman un realismo más allá de la realidad inmediata, realismo mágico que suscita sueños y al mismo tiempo legitima realidades a través de la reinterpretación y reconstrucción ‘a la luz de lo posible’. A través del icono descubrimos nuevas propiedades de lo real; el icono ‘provoca en la conciencia la imagen del objeto externo’” (2013). La literatura del realismo mágico experimenta con la iconicidad: revierte la estructura de los mitos antiguos (Borges “La casa de Asterión”), propone un puzle de historias (Cortázar “Rayuela”), recurre a los símbolos para describir la vida humana (Borges “La biblioteca de Babel”). La iconicidad se convierte en un método de extrañamiento, lleno de sentidos ocultos y expresión subjetiva. Este potencial interpretativo Hiraga lo atribuye al extrañamiento de la forma: cuando

ésta pierde la familiaridad, su conceptualización requiere esfuerzo cognitivo, lo que da lugar a la búsqueda de similitudes entre objetos reales y de ficción (1994: 17).

Para Tabakowska (2003: 362-363) la iconicidad en una obra literaria es:

- 1) Subjetiva: los objetos parecen ser similares más que son similares entre sí. En otras palabras, la similitud tiene que ser conscientemente percibida por el sujeto.
- 2) Selectiva: los seres humanos relacionan el objeto y el prototipo según ciertas características que ellos consideren relevantes.
- 3) Gradual: dentro de la categoría los objetos se sitúan a una distancia distinta del centro que es el prototipo, así los objetos pueden ser más similares o menos similares.
- 4) Pragmática: la similitud entre los objetos se establece con un cierto objetivo siendo la relevancia pragmática su principio gobernante.
- 5) Cultural: se basa en la elección y está condicionada por el sistema de valores, creencias, actitudes, ideología.

A partir de estas características podemos constatar que el efecto poético de la iconicidad no es igual para todos los lectores y está condicionado por los siguientes factores:

- 1) La capacidad del lector de reconocer la semejanza entre el icono y la realidad. Los signos icónicos reproducen algunas condiciones de la percepción del objeto sólo después de: 1) haberlos seleccionado según códigos de reconocimiento y 2) haberlos registrado según convenciones gráficas. En esta relación Leech y Short (1981 [2007]) señalan que el potencial significativo de la forma (*form enacting meaning*) es ilimitado, como es la fuerza imaginativa del autor y la capacidad del lector de ver las relaciones entre la forma y la realidad representada. En esto la iconicidad se parece a la interpretación de la metáfora que se basa en el reconocimiento intuitivo

de las similitudes entre dos campos de asociación (Leech y Short, 1981 [2007]: 195). Este hecho es relevante para la traducción donde el traductor desempeña como el lector profesional, capacitado para interpretar los signos icónicos y reproducir su potencial en la lengua de llegada.

- 2) Los signos son producto de una situación o cultura y, por consiguiente, reflejan las relaciones que se dan en esa situación o cultura. Los signos funcionan por una convención unánime entre un grupo de gente, cuyo número puede ser amplio o limitado. Así, según Boase-Beier, la iconicidad funciona en el límite de lo universal y lo específico (2006: 104). En la obra de Borges, podemos encontrar los símbolos que en la cultura occidental han llegado a ser universales y que tienen sus fuentes en las literaturas míticas, folklóricas y religiosas, tales como la biblioteca, el camino, el laberinto, el recinto sagrado, el umbral, el espejo. Asimismo, nos encontramos con los símbolos específicos de Argentina (en “El otro” la cultura del gaucho) o de Buenos Aires (en “La muerte y la brújula” la topografía de la ciudad).

Estos aspectos tienen una especial importancia para los estudios de la traducción: en los enfoques prescriptivos la iconicidad constituirá un factor estilístico a tomar en cuenta a la hora de la traducción; y en los descriptivos, la teoría de la iconicidad propondrá una herramienta para la explicación de las estrategias traductológicas elegidas por el traductor.

#### 4. La iconicidad y la traducción

Con el desarrollo de la teoría de la iconicidad en la lingüística, los traductólogos asimismo prestan atención a su análisis. Las diferencias culturales y la diferencia en las convenciones lingüísticas en diferentes lenguas son factores que obstaculizan la traducción y obligan a los traductores a tomar decisiones adecuadas. La iconicidad, siempre vista como un factor de es-

tilo del autor (Miko, 1970; Popovič, 1970; García y Marco, 2000; Tabakowska, 2003; Boase-Beier, 2006), se convierte en uno de los problemas clave de la traducción.

Entre los primeros traductólogos que se dirigen al problema de la iconicidad están los representantes de la escuela checoslovaca Miko (1970) y Popovič (1970). Para Miko el análisis del estilo incluye dos categorías principales: la operatividad y la iconicidad que operan en dos vertientes de la comunicación: comunicativa y contextual (Makaryk, 1993: 131). La primera desempeña una función operativa, trasmite la información. La operatividad funciona en el nivel horizontal y establece relación entre el autor, el texto y el lector. La vertiente contextual refleja la correlación vertical entre la tradición, el texto y la realidad exterior y se manifiesta en los medios expresivos o la iconicidad. Miko (1970) define la iconicidad como la relación global entre el texto y la realidad referencial. En la iconicidad se basa la estructura contextual de la obra literaria. Popovič y Miko señalan que: “The operativity indicates that the text is oriented on the receiver with a certain practical purpose. The iconicity describes reality” (Popovič y Miko: 1978, 261-264). La iconicidad puede existir sin la operatividad, pero la operatividad existe únicamente a través de la iconicidad. La única excepción de esta regla pueden ser las interjecciones *hush, oh, ugh, oops* donde la operatividad existe por sí sola (Miko, 1970: 65).

La iconicidad como elemento del estilo de los textos especializados y su traducción es analizada por Scarpa (2002) que señala que la traducción especializada tiene que garantizar la relación entre el signo y el concepto que denota. Esta condición se cumple mediante la reproducción en la traducción de las mismas condiciones de la significación textual en el texto traducido.

Boase-Beier (2006) lamenta que la iconicidad del texto original recibe poca atención de los traductores (102, 143) a pesar de ser ésta un elemento importante en la formación del significado de

la obra. Los traductólogos checoslovacos Miko (1970) y Popovič (1970) subrayan la importancia de la reproducción de los todos los elementos del estilo del autor en la traducción literaria: “An analysis of the shifts of expression, applied to all levels of the text, will bring to light the general system of the translation, with its dominant and subordinate elements” (Popovič, 1970: 85).

Tabakowska considera que la iconicidad constituye un problema de la traducción sólo cuando ésta se realiza a nivel de la comunicación; la iconicidad a nivel de la lengua pasa inadvertida por el lector. En el primero de los casos la iconicidad constituye una estrategia especial orientada a un cierto fin comunicativo, “it becomes instrumental in achieving a particular communicative purpose” (2003: 364). A través de la iconicidad se transmite una parte del significado del texto, lo que tiene que ser reflejado en la traducción. Esto puede llevar a la ampliación de la estructura verbal del texto, porque “‘the unsaid’ must be rendered in translation along ‘the said’” (2003: 373).

El estudio de García y Marco (2000) se centra en la complejidad gramatical como uno de los elementos icónicos del estilo y se analizan los cambios traductológicos que sufre la sintaxis en la traducción. Al analizar las traducciones de la prosa de Hemingway y Defoe al español y catalán, los autores llegan a la conclusión de que las traducciones muestran una tendencia a la simplificación de la estructura gramatical compleja del texto original: “translators often choose to reduce the processing effort required of the reader by making explicit what the original left implicit, or by simplifying what was complex in the source text” (2000: 73). Estos resultados confirman las *universalias* de la traducción (Baker, 1993) y las observaciones de Venuti (1995) sobre la constante tendencia a la domesticación del texto original.

Boase-Beier (2006) analiza la iconicidad desde el punto de vista de la teoría de la Relevancia y la ve como una implicatura que produce el efec-

to poético. La autora sugiere que el traductor deberá encontrar los medios expresivos adecuados en otra lengua, aunque sean gramaticalmente o semánticamente diferentes del original: “a careful translation involves extracting some common core of meaning from the English words [...], and finding a sound in the other language which [...] might have similar associations” (2006: 143).

Tanto los procedimientos de la traducción literal, como los de la traducción oblicua pueden garantizar la conservación del efecto poético en el original. En adelante analizaremos las traducciones de los cuentos de Borges bajo el prisma de la reproducción de la iconicidad del texto original.

## 5. Estudio del caso: la iconicidad en la obra de Borges y su traducción

La iconicidad es un rasgo significativo del estilo de Borges. El autor recurre a diferentes tipos de signos para la realización de su idea lo que exige un alto grado de atención al detalle por parte del traductor-lector. Al leer sus textos nos encontramos tanto con los iconos de la imagen, como con los diagramáticos, según la clasificación de Fischer y Nänny (1999).

Entre los iconos de la imagen están los que reflejan directamente las propiedades del referente. Entre este tipo de iconos Fischer y Nänny (1999) destacan la tipografía. Uno de los ejemplos de la iconicidad tipográfica la observamos en el uso de la mayúscula en el cuento “Del rigor de la ciencia” de Borges donde las mayúsculas transmiten la intención de “anticuar” el texto para que pareciera extraído de un manuscrito del siglo XVII.

### (1) *Del rigor en la ciencia*

*En aquel Imperio, el Arte de la Cartografía logró tal Perfección que el Mapa de una sola Provincia ocupaba toda una Ciudad, y el Mapa del Imperio, toda una Provincia. Con el tiempo, estos Mapas Desmesurados no satisficieron y los Colegios de Cartógrafos levantaron un Mapa*

*del Imperio, que tenía el Tamaño del Imperio y coincidía puntualmente con él. Menos Adictas al Estudio de la Cartografía, las Generaciones Si-guientes entendieron que ese dilatado Mapa era Inútil y no sin Impiedad lo entregaron a las Inclemencias del Sol y los Inviernos. En los Desiertos del Oeste perduran despedazadas Ruinas del Mapa, habitadas por Animales y por Mendigos; en todo el País no hay otra reliquia de las Disciplinas Geográficas (Jorge Luis Borges).*

El uso de la letra mayúscula atrae la atención del lector y concentra su percepción del texto en torno a estos conceptos. Borges emplea la mayúscula enfática para mostrarnos las ideas clave de su cuento. Además, sirve para personificar los conceptos abstractos y convertirlos en protagonistas del cuento. Así, las palabras *Inclemencias*, *Animales*, *Mendigos*, *Ruinas del Mapa* dan lugar a una interpretación metafórica. Con el uso enfático están relacionadas las categorías de la coherencia y la conexión del texto, cuando los elementos enfatizados mantienen una estrecha relación entre sí. Se basa en la repetición de los conceptos subrayados: *Imperio*, *Mapa*, *Provincia*, *Cartografía*, *Ciudad* y, en algunos casos, en la aliteración de la ‘i’: *Inútil*, *Impiedad*, *Inclemencias*, *Inviernos*.

Analizaremos dos traducciones al inglés de Andrew Hurley y Norman Thomas di Giovanni de este cuento.

### (2) *On Exactitude in Science*

*In that Empire, the Art of Cartography attained such Perfection that the map of a single Province occupied the entirety of a City, and the map of the Empire, the entirety of a Province. In time, those Unconscionable Maps no longer satisfied, and the Cartographers Guilds struck a Map of the Empire whose size was that of the Empire, and which coincided point for point with it. The following Generations, who were not so fond of the Study of Cartography as their Forebears had been, saw that that vast Map was Useless, and not without some Pitilessness was it, that they delivered it up to the Inclemencies of Sun and*

*Winters. In the Deserts of the West, still today, there are Tattered Ruins of that Map, inhabited by Animals and Beggars; in all the Land there is no other Relic of the Disciplines of Geography* (translated by Andrew Hurley).

### (3) **Of exactitude in science**

*... In that Empire, the craft of Cartography attained such Perfection that the Map of a Single province covered the space of an entire City, and the Map of the Empire itself an entire Province. In the course of Time, these Extensive maps were found somehow wanting, and so the College of Cartographers evolved a Map of the Empire that was of the same Scale as the Empire and that coincided with it point for point. Less attentive to the Study of Cartography, succeeding Generations came to judge a map of such Magnitude cumbersome, and, not without Irreverence, they abandoned it to the Rigours of sun and Rain. In the western Deserts, tattered fragments of the Map are still to be found, Sheltering an occasional Beast or beggar; in the whole Nation, no other relic is left of the Discipline of Geography* (translated by Norman Thomas di Giovanni).

En la traducción (2) Hurley, el traductor, conserva la mayúscula de los principales conceptos, añadiéndola sólo en las palabras *Tattered* y *Relic* (en original: *despedazadas Ruinas del Mapa, reliquia de las Disciplinas Geográficas*). Salta a la vista la traducción de la frase *Menos Adictas al Estudio de la Cartografía, las Generaciones Siguietes – The following Generations, who were not so fond of the Study of Cartography as their Forebears had been*, en la que el traductor cambia el orden de las palabras, recurre a la adición (*as their Forebears had been*) y cambia la tipografía de los conceptos (*Adictas – not so fond, following Generations – Generaciones Siguietes, Forebears*). La aliteración, el elemento fónico relacionado además con la semántica de los conceptos, no se ve reflejada en la traducción.

En la traducción (3) di Giovanni continuamente cambia la tipografía de las palabras; en

este caso podemos hablar de la falta de atención a los elementos de la iconicidad del cuento. Esto acarrea el cambio del significado de los conceptos: los secundarios salen al primer plano (*Time, Extensive, Sheltering*) y los principales se neutralizan (*craft of Cartography, Single province, Less attentive, beggar*). Esta transformación altera la coherencia semántica entre los conceptos principales. Sin embargo, cabe señalar la variante inglesa que encuentra el traductor para reproducir la aliteración fónica: *map of such Magnitude cumbersome, and, not without Irreverence, they abandoned it to the Rigours of sun and Rain* sacrificando la semántica de las palabras (*Inútil – cumbersome, Inclemencias – Rigours, Invierno – Rain*).

Resumiendo, podemos concluir que las dos traducciones (2) y (3) reproducen diferentes elementos de la iconicidad de la imagen del cuento original: en la (2), los iconos visuales (tipográficos); en la (3), los iconos sonoros. No obstante, ambas traducciones comprueban que los traductores han intentado reproducir no sólo los elementos verbales, sino también los icónicos del original.

El problema del uso de mayúscula despierta interés por el análisis de la traducción alemana:

### (4) **Von der Strenge der Wissenschaft**

*... In jenem Reich erlangte die Kunst der Kartographie eine solche Vollkommenheit, daß die Karte einer einzigen Provinz den Raum einer Stadt einnahm und die Karte des Reichs den einer Provinz. Mit der Zeit befriedigten diese maßlosen Karten nicht länger, und die Kollegs der Kartographen erstellten eine Karte des Reichs, die die Größe des Reichs besaß und sich mit ihm in jedem Punkt deckte. Die nachfolgenden Geschlechter, die dem Studium der Kartographie nicht mehr so ergeben waren, waren der Ansicht, diese ausgedehnte Karte sei unnützlich, und überließen sie, nicht ohne Verstoß gegen die Pietät, den Unbilden der Sonne und der Winter. In den Wüsten des Westens überdauern zerstückelte Ruinen der Karte, behaust von Tieren und von*

*Bettlern; im ganzen Land gibt es keine anderen Überreste der geographischen Lehrwissenschaften (nach den Übersetzungen von Karl August Horst und Curt Meyer-Clason).*

Puesto que en alemán la mayúscula se emplea en la ortografía de todos los sustantivos, en la traducción se pierde el significado del aspecto tipográfico. El traductor opta por una reproducción del contenido, sin tomar en cuenta todos los aspectos de la formación del sentido del texto. En este caso podemos hablar de las condicionantes del sistema lingüístico de la lengua meta.

Entre los signos diagramáticos el paralelismo y la metáfora ocupan un lugar especial en el estilo de Borges. Los iconos diagramáticos estructurales reflejan “el orden de las cosas que trata de plasmar el autor a través de la expresión lingüística, cuyos elementos se presentan dispuestos, de modo tal, que no sólo dan cuenta de un significado, como conjunto de los significados de los elementos integrantes de la expresión, sino que configuran una forma sintáctica, que se acomoda a la que las cosas tiene en el mundo, o a la forma como, de acuerdo con una determinada perspectiva, son percibidas por el emisor del mensaje, el cual, de ese modo, quiere que sean también contempladas por el lector” (Ecavy Zamora, 2001: 30-31). Así, en el cuento “La casa de Asterión” de Borges el recurso estilístico dominante es el paralelismo semántico y sintáctico que da la posibilidad al autor de transmitir la estructura laberíntica de la casa de Asterión al texto. Nos encontramos con:

- el paralelismo de la construcción sintáctica de las oraciones y la repetición de las estructuras coordinadas:

(5)*Es verdad que no salgo de mi casa, pero también es verdad que sus puertas (cuyo número es infinito) están abiertas día y noche a los hombres y también a los animales* (Jorge Luis Borges).

(6)*It is true that I never leave my house, but it is also true that its doors (whose num-*

*ber is infinite) stand open night and day to men and also to animals.* (translated by Andrew Hurley)

(7)*It is true that I never leave my house, but it is also true that its doors (whose numbers are infinite) are open day and night to men and to animals as well* (translated by Donald A. Yates and James E. Irby)

(8)*Wohl ist richtig, daß ich mein Haus nicht verlasse, aber richtig ist auch, daß seine Türen (deren Zahl unendlich ist) bei Tag und Nacht den Menschen, ja den Tieren offenstehen* (nach den Übersetzungen von Karl August Horst und Curt Meyer-Clason).

- quiasmo:

(9)*No hay un aljibe, un patio, un abrevadero, un pesebre; son catorce [son infinitos] los pesebres, abrevaderos, patios, aljibes* (Jorge Luis Borges)

(11)*There is not one wellhead, one courtyard, one drinking trough, one manger; there are fourteen [an infinite number of] mangers, drinking troughs, courtyards, wellheads* (translated by Andrew Hurley)

(12)*There is no one pool, courtyard, drinking trough, manger; the mangers, drinking troughs, courtyards, pools are fourteen (infinite) in number* (translated by Donald A. Yates and James E. Irby)

(13)*Es gibt nicht nur eine Zisterne, einen Hof, eine Tränke, eine Krippe; vierzehn (unendlich) ist die Zahl der Krippen, Höfe, Zisternen* (nach den Übersetzungen von Karl August Horst und Curt Meyer-Clason).

- repetición semántica distante situada en los párrafos diferentes:

(14) ... *corro por las galerías de piedra – en el fondo de las galerías de piedra y corro alegremente* (Jorge Luis Borges)

(15) ... *I run like a charging ram through the halls of stone – far away in the galleries*

*of stone, and I run joyously* (translated by Andrew Hurley).

(16) ... *I run through the stone galleries – in the depths of the stone galleries and I run joyfully to find them* (translated by Donald A. Yates and James E. Irby)

(17) ... *jage ich durch die steinernen Galerien – in der Tiefe der Steingalerien und eile frohlockend ihnen entgegen* (nach den Übersetzungen von Karl August Horst und Curt Meyer-Clason).

En estas traducciones los traductores conservan en mayoría de los casos el paralelismo sintáctico y semántico en las oraciones, visto que los sistemas lingüísticos de las lenguas meta no lo impiden. Sin embargo, en los ejemplos (15) y (17) el uso sinonímico *halls – galleries, jage – eile* interfiere en la construcción paralela de las oraciones. En el resto de los ejemplos podemos hablar de la reproducción equivalente de la iconicidad mediante la conservación de la figura estilística del paralelismo.

Mientras que los iconos de la imagen son representaciones directas de un tipo u otro de la semejanza, la metáfora se basa en un paralelismo experiencial. Es decir, el referente del signo metafórico es capaz de evocar esa experiencia, de representarla vivamente, de hacernos revivir dicha experiencia. El icono metafórico representa la manera personal de ver el mundo, de explicarlo y entenderlo. En el texto el icono metafórico funciona como una pauta que define y domina la interpretación de los elementos que rodean la metáfora, crea una especie de la red interpretativa que afecta la interpretación de los demás signos coexistentes con la metáfora. Por ejemplo, Borges recurre a las metáforas de Laberinto y la Biblioteca en la estructura compositiva de los cuentos. Así, en “La Biblioteca de Babel” Borges introduce el icono explícitamente en la primera línea: *El universo (que otros llaman la Biblioteca)*. En adelante esta metáfora va marcando y dirigiendo la interpretación del texto que si-

gue: *se compone de un número indefinido, y tal vez infinito, de galerías hexagonales, con vastos pozos de ventilación en el medio, cercados por barandas bajísimas. Así, las galerías hexagonales las interpretamos como las vidas humanas que se entrecruzan, y los pozos de ventilación como los cambios inesperados que ocurren en la vida.*

Bórquez (2007) asimismo subraya el valor de la mayúscula tipográfica en la interpretación de “La Biblioteca de Babel”:

La “Biblioteca” es concebida así como otra forma de la divinidad, biblioteca que a lo largo de casi todo el relato ostenta una inquebrantable mayúscula inicial que contrasta con la pequeñez del hombre-bibliotecario. Siguiendo esta idea, podemos encontrar que tan sólo en un momento el hombre común y corriente se corona con la mayúscula divina: es el Hombre del Libro, el hombre que ha tenido el privilegio de leer el libro total, es decir, aquel que convoca en sus páginas todos los libros y cuyo lector es “análogo a un Dios” (Bórquez, 2007).

La metáfora del original que forma parte de la composición del texto se reproduce en las traducciones inglesas de Hurley y Irby de manera equivalente. En general, los cambios en la composición de la obra son muy raros en la traducción. La mayúscula en la tipografía (*Biblioteca, el Hombre del Libro, en busca de Él*) también se conserva en las dos traducciones inglesas *Library, the Book Man, in search of Him* (translated by Andrew Hurley), *Library, the Man of the Book, in search of Him* (translated by James E. Irby). En alemán nos encontramos con el mismo problema lingüístico, ya comentado anteriormente: las palabras *Bibliothek, Mann des Buches* escritos con mayúscula, igual que otros sustantivos, en la traducción de Karl August Horst y Curt Meyer-Clason pierden su significado conceptual, conservándolo sólo en la frase *Pilgerschaft nach ihm*, ya que el pronombre escrito con mayúsculo sale de la regla general de la lengua alemana. En este caso para la tipografía de los sustantivos se podría proponer la variante de toda la palabra en mayúsculas: *BIBLIOTHEK, MANN des BUCHES*.

En conclusión, la traducción de la iconicidad depende de la atención, la capacidad de análisis textual del traductor y su capacidad creativa en la lengua de llegada. También hemos observado que las soluciones traductológicas dependen del factor lingüístico, en concreto, las reglas de tipografía en la lengua meta (como ha sido observado en el caso del alemán). Entre las técnicas para reproducir la iconicidad nos encontramos con: 1) el calco, préstamo de un sintagma extranjero con traducción literal de sus elementos (p. ej., en el caso de la metáfora); 2) traducción literal, la traducción palabra por palabra (p. ej., en el caso del paralelismo); 3) la equivalencia, que da cuenta de una misma situación empleando una redacción completamente distinta (p. ej., en el caso de la aliteración); 4) la omisión de los elementos icónicos (p. ej., la mayúscula).

## 6. Conclusiones

La iconicidad es propia tanto de la lengua como del texto, en otras palabras, pertenece tanto al sistema lingüístico como al producto discursivo. Constituye un factor esencial en el proceso de la conceptualización, asimismo refleja la ideología del autor y su intención comunicativa. La elección de los recursos de la iconicidad (iconos de la imagen o diagramáticos) y su uso creativo caracteriza el estilo propio del autor. De ahí, definimos la iconicidad como un factor estilístico y un mecanismo cognitivo en la producción del texto literario.

Para el traductor la iconicidad del texto puede constituir un problema, ya que es subjetiva, selectiva, gradual, pragmática y cultural. Todos estos factores complican la percepción y la comprensión los signos icónicos, así como la búsqueda de los equivalentes en otra lengua. En los ejemplos analizados observamos que la omisión o la alteración de la iconicidad son bastante frecuentes en la traducción. Para reproducirla los traductores recurren al equivalente contextual en otra lengua, al calco o a la traducción literal.

## 7. Bibliografía citada

ALCARÁZ VARÓ, Enrique, 1997: *Diccionario de lingüística moderna*, Barcelona: Ariel.

BAKER, Mona, 1993: "Corpus Linguistics and Translation Studies: Implications and Applications" en Mona BAKER, Gill FRANCIS y Elena TOGNINI-BONELLI (eds.): *Text and Technology*, Philadelphia/Amsterdam: John Benjamins, 233-250.

BOASE-BEIER, Jean, 2006: *Stylistic Approaches to Translation*, Manchester: St. Jerome.

BORGES, Jorge Luis, 1970: *The Aleph and Other Stories*, 1933-1969: Together with Commentaries and an Autobiographical Essay. Translated by Norman Thomas di Giovanni. E. P. Dutton.

BORGES, Jorge Luis, 1987: *Gesammelte Werke. Erg.-Bd. 2. Jorge Luis Borges, der mythische Bibliothekar*. München; Wien: Hanser. Nach den Übersetzungen von Karl August Horst und Curt Meyer-Clason.

BORGES, Jorge Luis, 1997: *Ficciones*, Barcelona: Alianza Editorial.

BORGES, Jorge Luis, 1998: *Collected Fictions*. Translated by A. Hurley, New York: Penguin Group.

BORGES, Jorge Luis, 1998: *El Aleph*, Barcelona: Alianza Editorial.

BORGES, Jorge Luis, 2007: *Labyrinths*. Translated by Donald A. Yates and James E. Irby. New Directions.

BÓRQUEZ, Raquel, 2007: "Sobre la des-construcción de 'La Biblioteca de Babel' o El imperio de la Metáfora", *Espéculo, Revista de estudios literarios* 35 [<https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero35/bbabel.html>].

CROFT, William, 2003: *Typology and Universals*, Cambridge: Cambridge University Press.

Eco, Umberto, 1986: *La estructura ausente*, Barcelona: Editorial Lumen.

ESCAVY ZAMORA, Ricardo, 2001: "Iconicidad y orden de los constituyentes sintácticos", *Revista de Investigación Lingüística* 1(IV), 5-28.

- FERNÁNDEZ LÓPEZ, Justo, 2014: *Diccionario de Lingüística y ciencias afines* [<http://hispanoteca.eu/Diccionario%20Ling%C3%BC%C3%ADstica/Eingangsseite/Diccionario%20de%20Ling%C3%BC%C3%ADstica%20-%20%C3%8Dndice.htm>].
- FREEMAN, Margaret, 2009: "Minding: feeling, form, and meaning in the creation of poetic iconicity" en Geert BRÛNE y Jeroen VANDAELE (eds.): *Cognitive Poetics: Goals, Gains and Gaps*, Berlin: Walter de Gruyter, 169-234.
- GARCÍA IZQUIERDO, Isabel y Josep MARCO BORILLO, 2000: "The Degree of Grammatical Complexity in Literary Texts as a Translation Problem" en Allison BEEBY, Doris ENSINGER, Marisas PRESAS, 2000: *Investigating Translation: Selected Papers from the 4th International Congress on Translation*, Barcelona, 1998: John Benjamins Publishing, 65-74.
- HERNÁNDEZ CARMONA, Luis Javier, 2013: "Del Realismo Mágico al Telerrealismo (La iconicidad de la utopía)", *Revista Hispanoamericana de Literatura UNICA* [<http://rhlunica.blogspot.com/2013/01/del-realismo-magico-al-telerealismo-la.html>].
- HIRAGA, Masako, 1994: "Diagrams and metaphors: Iconic aspects in language", *Journal of Pragmatics* 22, 5-21.
- JAKOBSON, Roman, 1987: *Language in Literature*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- LEECH, Geoffrey y Mick SHORT, 1981 [2007]: *Style in Fiction*, London: Longman.
- MAKARYK, Irene Rima, 1993: *Encyclopedia of Contemporary Literary Theory: Approaches, Scholars, Terms*, Toronto: University of Toronto Press.
- MIKO, František, 1970: *Text a štýl – K problematike literárnej komunikácie*, Bratislava: Smena.
- NÄNNY, Max y Olga FISCHER, 1999: "Form Miming Meaning: Iconicity", *Language and Literature*, 1999, 37-57.
- PETRILLI, Susan, 2003: *Translation, Translation*, Amsterdam: Rodopi.
- PIERCE, Charles Sanders, 1974: *La Ciencia de la semiótica*, Buenos Aires: Nueva visión.
- POPOVIČ, Anton y František MIKO, 1978: *Tvorba a recepcia: Estetická komunikácia a metakomunikácia*, Bratislava: Tatran.
- POPOVIČ, Anton, 1970: "The Concept 'Shift of Expression'" en James HOLMES (ed.): *The Nature of Translation. Essays on the Theory and Practice of Literary Translation*, The Hague/Paris: Mouton, 78-90.
- SCARPA, Federica, 2002: "Closer and closer apart? Specialized translation in a cognitive perspective" en Alessandra RICCARDI: *Translation Studies: Perspectives on an Emerging Discipline*, Cambridge: Cambridge University Press, 133-150.
- TABAKOWSKA, Elzbieta, 2003: "Iconicity and literary translation" en Wolfgang MÜLLER y Olga FISCHER, 2003: *From sign to Signing: Iconicity in Language*, John Benjamins Publishing, 361-373.
- VENUTI, Lawrence, 1995: *The Translator's Invisibility: A history of translation*, London and New York: Routledge.
- VISOKOLSKIS, Snadra, 2008: "Metáfora, icono y abducción en C. S. Peirce", comunicación presentada en *II Jornadas Peirce en Argentina* [<http://www.unav.es/gep/IIPeirceArgentinaVisokolskis.html>].